



MKM LEGAL
RECHT • DATENSCHUTZ • COMPLIANCE

MERKBLATT FÜR MANDANTINNEN UND MANDANTEN

KI-Inhalte richtig kennzeichnen

Wann Sie Ergebnisse aus ChatGPT, Gemini, Copilot & Co. offenlegen müssen – und wann nicht. Ein Wegweiser zu Artikel 50 der KI-Verordnung.

Das Wichtigste in 60 Sekunden

- 1 Es gibt keine Pflicht, alles zu kennzeichnen, was mit KI entstanden ist.** Das Gesetz erfasst nur bestimmte Situationen.
- 2 Drei Fälle sind eindeutig:** Chatbots, täuschend echte Bilder, Videos und Stimmen sowie ungeprüfte KI-Texte zu Themen von öffentlichem Interesse.
- 3 Das unsichtbare Wasserzeichen der KI-Anbieter nimmt Ihnen nichts ab.** Den sichtbaren Hinweis an Ihre Leser, Kunden und Zuschauer müssen Sie selbst setzen.



Gespräch

Sagen, dass eine KI antwortet – und nicht ein Mensch.



Bild, Video, Stimme

Was echt wirkt, aber künstlich ist, gehört offengelegt.



Text

Nur bei öffentlichen Themen – und nur ohne echte Prüfung.

Wer ist verantwortlich – und wofür?

Das Gesetz unterscheidet zwei Rollen. Die technische Markierung ist Sache der KI-Anbieter. Ihre Aufgabe als Unternehmen ist der sichtbare Hinweis an die Menschen, die Ihre Inhalte sehen, hören oder lesen.

ROLLE 1

Der KI-Anbieter

OpenAI, Google, Microsoft, Anthropic, Mistral und andere.

Muss seine Ergebnisse **technisch markieren**: unsichtbar, maschinenlesbar, über Wasserzeichen und Metadaten. Sie merken davon im Alltag nichts.



zwei
Ebenen

ROLLE 2

Ihr Unternehmen

Jeder, der ein KI-System beruflich einsetzt.

Muss Menschen **sichtbar informieren**: im Chatfenster, am Bild, unter dem Text – so, dass es beim ersten Kontakt auffällt.



Merksatz: Das Wasserzeichen des Anbieters erfüllt Ihre Pflicht nicht. Beides steht nebeneinander.

Die vier Pflichten im Überblick

Artikel 50 der KI-Verordnung, gültig seit dem 2. August 2026.



1 · Der Chatbot-Hinweis

Wer mit einer KI spricht oder schreibt, muss das wissen. Der Hinweis gehört an den Anfang, nicht in die AGB. Ausnahme: Es ist ohnehin für jeden offensichtlich.

Trifft: Anbieter und, praktisch, Ihre Website



2 · Die technische Markierung

KI-Ergebnisse tragen ein unsichtbares Erkennungszeichen. Darum kümmern sich die Anbieter – für ältere KI-Systeme ab dem 2. Dezember 2026.

Trifft: die KI-Anbieter, nicht Sie



3 · Gefühle und Biometrie

Systeme, die Emotionen erkennen oder Menschen anhand körperlicher Merkmale einordnen, müssen den Betroffenen angekündigt werden.

Trifft: Ihr Unternehmen · zusätzlich Datenschutzrecht



4 · Deepfakes und Texte

Täuschend echte Bilder, Videos und Stimmen müssen offengelegt werden. Ebenso veröffentlichte KI-Texte zu Themen von öffentlichem Interesse – außer ein Mensch hat sie geprüft.

Trifft: Ihr Unternehmen – die Kernpflicht

Muss ich kennzeichnen?

Vier Fragen führen in den allermeisten Fällen zur Antwort. Arbeiten Sie sie von oben nach unten durch.



Auch ohne Pflicht aus der KI-Verordnung zu prüfen:

Werberecht: keine Irreführung

Urheberrecht

Regeln der Plattformen

Berufs- und Branchenrecht

Vereinfachte Darstellung. Sonderfälle – etwa Kunst und Satire, Strafverfolgung oder rein technische Anwendungen im Fachkreis – bleiben hier außer Betracht.

Dreizehn Beispiele aus dem Alltag

Typische Situationen in Unternehmen – und wie sie nach heutigem Stand einzuordnen sind.

SITUATION	HINWEIS?	WESHALB
Kundenservice-Chatbot auf Ihrer Website	Ja	Kunden müssen wissen, dass kein Mensch antwortet.
KI-Telefonassistent, der Termine annimmt	Ja	Für Stimme und Telefon gilt dasselbe wie für den Chat.
Fotorealistic Werbebild einer Szene, die es nie gab	Ja	Wirkt authentisch; zusätzlich droht Irreführung im Werberecht.
Comic- oder Fantasiemotiv, etwa ein fliegender Drache	Nein	Für jeden erkennbar künstlich, niemand wird getäuscht.
Produktfoto per KI freigestellt, geschärft, entrauscht	Nein	Übliche Bildbearbeitung ohne inhaltliche Änderung.
Produktfoto, dessen Umgebung die KI dazu erfindet	Ja	Der Bildinhalt wird wesentlich verändert.
Geklonte Stimme der Geschäftsführung im Imagefilm	Ja	Klassischer Fall eines Deepfakes.
Blogbeitrag über Ihre Produkte, KI-Entwurf, redaktionell geprüft	Nein	Kein öffentliches Interesse, zudem menschliche Verantwortung.
Beitrag zu einem gesellschaftspolitischen Thema, ungeprüft übernommen	Ja	Öffentliches Interesse ohne redaktionelle Kontrolle.
Interne Präsentation, Protokoll oder Aktenvermerk	Nein	Nichts davon wird veröffentlicht.
KI-Übersetzung Ihres Newsletters	Nein	Übersetzen gilt als übliche Bearbeitung.
Quellcode aus einem KI-Programmierassistenten	Nein	Code ist ausgenommen – begleitende Texte dagegen nicht.
Bewerbungstool, das Gefühlsregungen auswertet	Ja	Betroffene sind zu informieren; dazu gilt das Datenschutzrecht.



Zusätzlich beachten: YouTube, Meta, TikTok und andere Plattformen verlangen eigene Angaben zu KI-Inhalten. Diese Regeln gelten neben dem Gesetz – und werden schneller durchgesetzt als jede Behörde.

Die Grauzonen

An drei Stellen wird die Einordnung schwierig. Bis Gerichte entschieden haben, hilft jeweils eine Faustregel.



Software-Code

Quellcode aus einem KI-Assistenten ist ausgenommen, Konfigurationsdateien und Kommentare eingeschlossen. Handbücher, Hilfeseiten und Produkttexte daneben sind es nicht.

Faustregel: Was die Maschine liest, bleibt frei. Was Menschen lesen, wird geprüft.



Halb überarbeitete Texte

Eine Prozentgrenze gibt es nicht. Es zählt, ob ein fachkundiger Mensch die Aussagen geprüft hat und sie verantwortet – mit der Befugnis, sie zu ändern oder zu verwerfen.

Faustregel: Nicht die Menge der Änderungen zählt, sondern wer geradesteht.



Übersetzen und Kürzen

Übersetzungen und sprachliche Glättungen gelten als übliche Bearbeitung. Zusammenfassungen und echtes Umschreiben verändern die Aussage und sind erfasst.

Faustregel: Ändert sich nur die Sprache, ist es Bearbeitung. Ändert sich der Inhalt, ist es neu.

VOM WERKZEUG ZUM VERFASSER – WO IHR TEXT STEHT

Rechtschreibung, Übersetzung

keine Kennzeichnung

Entwurf, fachlich geprüft

in der Regel keine – Prüfung dokumentieren

Zusammengefasst, umgeschrieben

erfasst – Einzelfall prüfen

Ungeprüft übernommen

Kennzeichnung, sobald veröffentlicht

Was leisten die Wasserzeichen der Anbieter?



Google, OpenAI, Anthropic und Microsoft versehen ihre Ergebnisse mit unsichtbaren Markierungen und signierten Herkunftsdaten. Für Sie heißt das dreierlei:

Es ist die Pflicht der Anbieter, nicht Ihre. Ihr sichtbarer Hinweis an die Leser bleibt davon unberührt.

Verlassen Sie sich nicht darauf. Umformulieren, Kopieren oder ein Bildschirmfoto zerstört solche Spuren – Untersuchungen zeigen sehr hohe Verlustquoten.

Erkennungswerkzeuge irren in beide Richtungen. Ein KI-Detektor ist kein Beweis, weder für noch gegen die Urheberschaft eines Menschen.

Fristen, Risiken, nächste Schritte

2. August 2026

Die Kennzeichnungspflichten gelten. Sie sind seither in Kraft.

2. Dezember 2026

Auch ältere KI-Systeme müssen ihre Ergebnisse technisch markieren.

2. Februar 2027

Die Erkennungswerkzeuge der Anbieter sollen zusammenpassen.

1. August 2027

Geplant: eigene Kennzeichnungsregeln für den Medienbereich.

WENN ES SCHIEFGEHT

bis 15 Mio. € oder 3 % vom Jahresumsatz

Der höhere Wert gilt; für kleine und mittlere Unternehmen der niedrigere. Hinzu kommt das Risiko von Abmahnungen durch Wettbewerber.

WER KONTROLLIERT

In Deutschland führt die **Bundesnetzagentur** die Aufsicht über KI-Systeme. Für Medieninhalte sind die **Landesmedienanstalten** zuständig. Beschwerden kann sich jede betroffene Person.

Ihre Checkliste

- ☐ Überblick schaffen: Wo setzen wir KI ein, was davon wird veröffentlicht?
- ☐ Realistische KI-Bilder, -Videos und -Stimmen sichtbar kennzeichnen.
- ☐ Verantwortliche Person benennen und die Prüfung dokumentieren.
- ☐ Agenturen und Dienstleister vertraglich zur Kennzeichnung verpflichten.
- ☐ Chatbots und Sprachassistenten mit deutlichem Hinweis versehen.
- ☐ Redaktionelle Endkontrolle für veröffentlichte Texte festlegen.
- ☐ Interne KI-Richtlinie beschließen und Mitarbeitende schulen.
- ☐ Regeln der Plattformen prüfen, auf denen Sie veröffentlichen.

Wir richten das mit Ihnen ein.

Von der Bestandsaufnahme über die KI-Richtlinie bis zu Schulung und Vertragsgestaltung.

MKM Partner Rechtsanwälte PartmbB · Nürnberg

IHR ANSPRECHPARTNER

Thilo Martin

Rechtsanwalt · Equity Partner

+49 911 669 577 0

maertin@mkm.legal

MKM
MKM LEGAL
RECHT · DATENSCHUTZ · COMPLIANCE